

学校编码: 10384

分类号_____密级_____

学 号: 20051300209

UDC_____

厦 门 大 学

硕 士 学 位 论 文

医院媒体关系研究

A Study of Hospital Media Relations

李 聪

指导教师姓名: 赵振祥 教授

专 业 名 称: 传 播 学

论文提交日期: 2008 年 3 月

论文答辩日期: 2008 年 月

学位授予日期: 2008 年 月

答辩委员会主席: _____

评 阅 人: _____

2008 年 3 月

厦门大学学位论文原创性声明

兹提交的学位论文，是本人在导师指导下独立完成的研究成果。本人在论文写作中参考的其他个人或集体的研究成果，均在文中以明确方式标明。本人依法享有和承担由此论文产生的权利和责任。

声明人（签名）：

年 月 日

厦门大学学位论文著作权使用声明

本人完全了解厦门大学有关保留、使用学位论文的规定。厦门大学有权保留并向国家主管部门或其指定机构送交论文的纸质版和电子版，有权将学位论文用于非赢利目的的少量复制并允许论文进入学校图书馆被查阅，有权将学位论文的内容编入有关数据库进行检索，有权将学位论文的标题和摘要汇编出版。保密的学位论文在解密后适用本规定。

本学位论文属于

1、保密（ ），在 年解密后适用本授权书。

2、不保密（ ）

（请在以上相应括号内打“√”）

作者签名：

日期： 年 月 日

导师签名：

日期： 年 月 日

厦门大学博硕士论文摘要库

内容摘要

随着社会的发展进步，以及医疗改革的不断深入，人们对医院的关注越来越多。与此同时，医院危机频繁地出现在人们的视野中。在人们对医院的负面认知以及医院危机事件的传播中，我们不难发现媒体的推波助澜之力。如何处理媒体关系已经成为医院在发展过程中必须考虑的重要内容，因此，本文的研究具有一定的现实意义。

在研究过程中，笔者注重理论与现实的结合。以媒介系统依赖理论、议程设置与议题管理、形象修复、关系管理为理论基础，采用文献分析、内容分析以及个案分析等研究方法，对医院媒体关系的重要性以及如何建立良好的媒体关系进行了阐述。

地位稳固的传统媒体和不可忽视的网络媒体，以及竞争激烈的媒介现状，共同营造了一个媒介化的社会。对组织来说，媒体既是重要的传播手段和工具，也是极为重要的外部公众。因此，建设良好的媒体关系是十分重要的。

医疗工作有不同于其他行业的特殊性，加之公众权利意识的发展和宣传环境的变化等因素，人们对医院微辞颇多。这样的现状对医院发展会有一定程度的负面影响。因此，医院需要通过良好的媒体关系来实现组织形象的塑造和维护，以实现更好的发展。

对医院媒体关系现状的分析，包括日常新闻报道和危机应对两个方面。前者的分析内容来自《广州日报》的医院新闻报道，后者则是对“天价医疗费”事件和“茶水发炎”事件的分析。

针对不容乐观医院媒体关系现状，本文认为医院媒体关系的建设应包括建立新闻发言人制度、进行议题管理等。在危机中，医院应当清楚地认识到媒体的作用，在危机沟通三“T”原则的指导下，恰当处理媒体关系，力求转“危”为“机”。

关键词：医院；媒体；媒体关系

ABSTRACT

Along with social development and deepening of medical treatment reformation, the public pay more attention to healthcare issues. Meanwhile, more and more medical malpractice crises occur. The media play an important role in the public negative cognition and crisis communication. How to deal with media relationship should be considered for hospital in the further development. So this paper is significant.

This study is combined with theories and practice. Based on theories of media system dependency, agenda-setting, issue management, image restoration and relations management, by using literature analysis, content analysis and case study, it concludes that it is necessary for hospital to emphasize relations with the media, and also provides some suggestions about how to create successful media relationships.

Mass media have steady status, internet should not be ignored, and media competition is fierce, all of which construct a society in media. For an organization, the media are not only important communication tools, but also the very important public. So a good relationship with the media is rather important.

Healthcare is professional and unique, which is related to the current situation of medical treatment. Besides, the public know and do more on their rights. The relationship between hospital and the media is less than optimal. Hospital has to build organization image by successful communication with the media for its development.

There are two parts in the analysis of the current situation of hospital media relations. One is analysis of daily reports on hospital, using the news on *Guangdong Daily* as samples. The other is about hospital reaction to crisis, which takes two cases for study.

For the construction of media relations, hospital should set up spokesman system, do issue management. To the communication effect of media in crisis, hospital must have a clear understanding and make the best of three "T" principles aiming at changing crisis to opportunity.

Key words: Hospital; Media; Media Relations

目 录

| | |
|-----------------------|----|
| 第一章 概论 | 1 |
| 第一节 研究背景和意义 | 1 |
| 第二节 文献综述 | 2 |
| 第三节 研究方法 | 5 |
| 第四节 理论基础 | 6 |
| 第二章 媒体与媒体关系 | 10 |
| 第一节 传统媒体的特性 | 10 |
| 第二节 不容忽视的网络媒介 | 12 |
| 第三节 媒介现状 | 14 |
| 第四节 媒介化社会 | 16 |
| 第五节 媒体关系 | 19 |
| 第三章 医院发展与媒体 | 21 |
| 第一节 医院的组织形象 | 21 |
| 第二节 医疗特殊性及其现状 | 23 |
| 第三节 公众权利意识和宣传环境 | 27 |
| 第四章 医院媒体关系的现状 | 31 |
| 第一节 医院的日常新闻报道 | 31 |
| 第二节 医院危机事件的分析 | 34 |
| 第五章 医院媒体关系的建设 | 40 |
| 第一节 建立新闻发言人制度 | 40 |
| 第二节 进行议题管理 | 43 |
| 第三节 与媒体交往的方法 | 46 |
| 第四节 危机中的媒体关系处理 | 47 |
| 结 语 | 51 |
| 参考文献 | 52 |
| 后 记 | 55 |

CONTENTS

| | | |
|-------------------|---|-----------|
| Chapter 1 | Introduction..... | 1 |
| 1.1 | Research background | 1 |
| 1.2 | Literature review..... | 2 |
| 1.3 | Research methods..... | 5 |
| 1.4 | Basic theories | 6 |
| Chapter 2 | The media and media relations | 10 |
| 2.1 | Characters of traditional media..... | 10 |
| 2.2 | Importance of internet..... | 12 |
| 2.3 | The reality of media presence | 14 |
| 2.4 | Society in media..... | 16 |
| 2.5 | Media relations | 19 |
| Chapter 3 | Hospital development and the media | 21 |
| 3.1 | Organization image of hospital..... | 21 |
| 3.2 | Particularity and situation of medical treatment..... | 23 |
| 3.3 | Public consciousness of rights and the outer circumstances..... | 27 |
| Chapter 4 | The current situation of hospital media relations..... | 31 |
| 4.1 | Daily reports on hospital | 31 |
| 4.2 | Analysis of hospital crises | 34 |
| Chapter 5 | Construction of hospital media relations..... | 40 |
| 5.1 | Set up spokesman system | 40 |
| 5.2 | Do issue management..... | 43 |
| 5.3 | Work principles..... | 46 |
| 5.4 | Deal with media relations in crisis..... | 47 |
| Conclusion | | 51 |
| References | | 52 |
| Postscript | | 55 |

第一章 概论

第一节 研究背景和意义

2003 年 SARS 之后，人们对公共卫生特别是医院的关注越来越多。人们到医院寻医问药，与医院、医生之间应该是相互信任的关系。可是现状却往往并非如此。

2007 年 3 月 1 日的《中国青年报》刊发文章《医患冲突：一场两败俱伤的对抗》^[1]，一位医生讲述了其接诊时发生的事情：一个母亲带着儿子到儿科看病，用手机拍摄医生的诊断过程，面对医生的疑惑，她这样解释：“我们家里人都觉得现在医院很黑，医疗差错很多，我怕在我的小孩身上出什么岔子，所以我要录音为证，如果没什么不好，过几天我就把它删掉。”医生就这样成了“纪录片”的主角。文中还提到，中国医师协会会长、原卫生部部长殷大奎在接受人民网访谈时说，“目前的医患关系可以说是新中国成立以来最不好的事情”。

福建省中医院知名教授被病人砍杀事件、哈医大二院的“天价医疗费”事件、深圳的“高价医疗”事件等等，越来越多的医院危机出现在公众的视野中。

人们对医院的负面认知以及医院危机事件的传播中，我们不难发现媒体的推波助澜之力。媒体由于其广泛的传播影响，在宣传医院的公共卫生作用的同时，也向公众勾勒出了“医院黑暗”的图景。

一边倒的舆论环境让一些医院开始回避媒体的采访，2006 年 6 月广州市卫生局的一纸“限访令”引起了一片哗然。^[2]媒体已经深入到了社会的每一个角落，对社会的影响越来越大，逃避媒体的采访就能阻止媒体对医院的报道吗？答案是否定的。

医院不仅不应该逃避媒体，而且要主动与媒体打交道。医院的行业特殊性及现状要求医院必须建立良好媒体关系、做好对外宣传；同时，媒体的现状及工作特点要求医院要有策略、有技巧地与媒体交往，才能实现目标。如何处理媒体关系已经成为医院在发展过程中必须考虑的重要内容，因此，本文的研究具有一定的现实意义。

本文试图从媒体和医院两个方面进行分析，探讨医院为何成为了媒体、社会

和公众的关注焦点，以及医院建立良好媒体关系的重要性。并且通过分析医院的日常媒体关系和危机时的媒体关系状况，提出一些如何建立良好媒体关系的建议。

第二节 文献综述

中文文献主要来自中国期刊网，外文文献来源于 proquest 外文数据库，书籍、著作主要参考厦门大学图书馆的馆藏图书。

一、关于媒体关系

1、国内文献

笔者用“媒体关系”、“媒介关系”查询搜索到的文章中，对媒体关系研究主要集中在政府、警察、企业，其中，关于企业的媒体关系研究较多。

政府与媒体关系：

政府应当理顺与媒体的关系^[3]。西方国家政党和媒体的互动关系错综复杂，不少政党主动调整了其同媒体的关系^[4]。突发公共事件产生后，媒体具有情况沟通和意见联系的功能，要维持突发公共事件中政府、媒体和公众关系的动态平衡。^[5]

警察与媒体关系：

双方在政治、法律、工作等多个方面有联系，警察机关应主动构建、加强与媒体的良性互动合作。^[6]

企业与媒体关系：

企业应站在战略高度看媒介，与媒介应建立合作伙伴关系。^[7]从建立核心媒体关系；完善日常媒体联系制度；关键时刻的媒体应对三个方面构建成功媒体关系管理机制。^[8]

王清铎从认清现代传媒的重要地位和作用入手，提出敬而亲之、和而交之、巧而用之是现代企业媒体公关的正确策略。^[9]贾昌荣给企业提出了处理媒体关系的 15 个方法规则。^[10]

在危机事件发生时，要坦诚大度地面对媒体，从及时组织危机控制中心等几个方面来做好媒体关系，不应忽视网络媒体的重要作用。^[11]李光斗指出，企业时刻面临着危机，从做好与媒体的日常沟通、认识大众传媒带来的危机、保持信息开发、密切与新闻媒体的关系、消除危机、维护形象等方面的具体做法说明了危机管理中如何处理与媒体的关系。^[12]戎兵从在华跨国公司如何进行有效的危机公

关和媒体如何突破采访障碍两方面的分析得出了判断企业公关与媒体是否共赢的三个条件。^[13]

林景新认为企业要从媒体对信息透明度的追求、媒体的传播突破口、媒体的盲从心理与影响力这三个方面把握媒体舆论传播特性；对媒体管理与舆论引导可以从三个方面入手：强化媒体管理、积极主动传递企业信息，通过第三方机构或权威人士之口传达企业信息，强化危机预警、对媒体报道进行全面检测。^[14]

复旦大学新闻学院教授张骏德认为，大众传媒和企业是互动关系，大众传播的社会功能对企业有影响，同时企业的一切活动离不开社会环境与人民需求的变化，因而日益依赖于大众传媒；企业的品牌战略与企业文化建设离不开大众媒体的支持帮助，对企业如何运用大众传媒也提出了六个方面的意见。^[15]

在专著方面，郭明全的《传播力——企业传媒攻略》从现代企业管理的角度出发，认为倾力打造企业的传播力就是提升企业的核心竞争力。^[16]郭志台在《媒体公关——如何用好营销新利器》一书中，对企业在媒体公关中必须面对的如何培养媒体感情等九个问题进行了阐述。^[17]

2、国外文献

国外学者对媒体关系的研究相对较早。美国管理协会的 Thomas R Horton 在 1989 年就指出，在现代社会，企业和媒体的利益共赢是无法分开的。企业依赖于媒体来展示自己，媒体依靠企业来做新闻。要改善合作关系，积极的第一步就是互相了解，其次安排管理者和记者的经常性直接接触，第三点是好记者会把公众的兴趣放在第一位，而一个明智的管理者决不会忽视了这种兴趣。^[18] Suzanne Wielgos 在 1990 年对如何创建成功的媒体关系进行了探讨，他认为首先要选择一个发言人，媒体关系的基础是选择谁来面对媒体；其次要记住所接触的是两类媒体，即地方媒体和行业或商业媒体；另外对如何接受电话采访、电视采访给出了很多指导，例如要确定记者身份等。^[19]

John Clare 在《媒体操纵》一书中介绍了媒体运作方式、不同类型的新闻以及实战性的建议。^[20] Ives Schenkler 与 Tony Herrling 合著的《媒体关系指南》简明扼要的对一些关键概念进行了总结，只囊括进了那些能够给工作带来帮助的操作内容，包括制定媒体战略、建立积极有效的媒介关系、接受媒体的采访要求、与财经媒体打交道、危机中的媒体运用等五个部分。^[21]

二、关于医院公共关系

用“媒体关系”作为关键字进行搜索时，没有关于医院和媒体关系的文章，因此笔者把范围扩大为“医院公共关系”。

1、国内文献

在四篇名为《浅谈医院公共关系》的文章中，只有一篇提到医院公共关系可以协调新闻媒体关系，并提出医院在处理同新闻媒体关系时，应该做到主动加强沟通联络，积极支持新闻工作者的工作，及时准确、实事求是地为他们提供信息；了解各种媒体的需要和特性，不要盲目地发新闻；对新闻媒体不利于医院的报道，更应积极协助其查明真相，在舆论与公众面前树立诚实可信的形象。^[22]

冯万恒认为利用大众传播媒介进行信息传播是医院公共关系的基本手段之一，是医院迅速扩大知名度、造成宏观效果的重要方法。^[23]

邓周、龚俊仙指出在危机恢复中，要做好与公众、媒介的沟通。主动提供真实准确的消息，公开表明医院的态度和处理原则，回答公众提出的问题，对于误解造成的危机要及时向新闻界和公众提供他们希望了解的信息，公开医院的运作方式、增加透明度，同时利用新闻媒介消除公共关系危机造成的影响等。^[24]

关于医院媒体关系的研究著作，在搜索范围内只有清华大学新闻与传播学院教授董关鹏所著《医院院长媒体关系实用手册》一书，该书是为我国医院领导者量身定做的媒体关系实用指南，从认识媒体入手，详细介绍了医院媒体关系工作的步骤方法。^[25]

2、国外文献

Paul E. Fitzgerald 先后从媒体和医院两个角度，通过调查问卷来研究医院和媒体关系。《Media Relations: Clues for Improvement》通过问卷调查、了解媒体对医院管理者和卫生保健系统的看法，主要包括媒体对医院管理者的可信度、对医疗报道的重点和未来计划，同时也讨论了媒体在与医院管理者打交道中的关键问题。调查显示，卫生保健是一个非常重要的新闻话题，尤其是对电视媒体；媒体对医师的信任要高于对管理者的信任；医院的保护主义和宣传主义以及不配合等是媒体对医院的看法。由此，Paul E. Fitzgerald 认为，医院管理者应该通过公开信息和进行培训来建立良好、专业的媒体关系，与媒体进行有效的合作。^[26]

《Relations with News Media: Perceptions of Healthcare Executives》是对医院管理

者的调查,结果显示,医院管理者和媒体的关系还不够好,仍有很大的提升空间,医院管理者应该积极主动来改善这种关系,并给出了一些指导方法:要了解地方媒体,做媒体的积极伙伴,进行培训,定期开新闻发布会,主动解决矛盾,确定发言人等。^[27]

三、文献分析

从这些文献中,可以得出以下分析结论:

第一,国外的媒体关系研究开展较早。20 世纪 80 年代,国外学者就已经开始关注媒体关系,1987 年已有对医院媒体关系的研究文章发表。

第二,对媒体关系的研究内容不全面。研究主要集中于处理媒体关系的技巧上,缺少理论支撑,而且对媒体的描述讲解比较缺乏。

第三,处理和媒体的关系大多是在危机公关中被强调。关于企业和媒体关系的十篇文章中有三篇是研究企业危机中的媒体关系。

第四,国内对于医院媒体关系的研究十分欠缺。不仅没有检索到关于“医院媒体关系”的文章,即使在关于“医院公共关系”的文章中,对处理媒体关系的阐述也非常少。目前,所能搜索到的相关专著只有一本。

针对已有文献的研究状况,本文将注重理论与实际的结合,用理论丰富研究过程。同时,从媒体和医院两个角度,以及日常和危机两种状态,更为客观、全面地对医院媒体关系进行分析。

第三节 研究方法

一、文献分析法

借鉴前人的研究,并对已有相关研究文献、资料进行概括和梳理。该方法主要在两部分中使用,一是对媒体和医院的分析,解释医院为何成为社会、公众和媒体的焦点以及为什么要重视媒体关系;二是用来分析医院如何建设媒体关系。

二、内容分析法

该方法主要应用于第四章。通过抽样,对报纸的相关报道进行描述性的内容分析,以了解医院的日常媒体关系现状。

三、个案分析法

个案分析法主要在第四章中使用。选取两起医院危机事件进行个案分析，以了解医院在危机中如何面对媒体。

第四节 理论基础

一、媒介系统依赖理论

梅尔文·德弗勒和桑德拉·鲍尔-洛基奇从迪尔凯姆所提出的“大众传媒是社会存在的一种不可或缺的‘信息系统’”的角度，以社会生态学和系统性的观点研究大众媒介和受众，形成了媒介系统依赖理论。该理论主要研究对象是受众与大众传媒系统的关系，认为二者的关系是非单向的，“当媒体和社会系统影响着受众对媒介的依赖时，受众身上变动着的认知、情感、行动状况也同时反馈给了社会 and 媒体。”而且个人和媒介系统间的依赖关系不仅仅是由个人对媒介的使用目的所形成，还受制于媒介系统可得信息源的类型以及社会系统的情况。“影响媒介依赖关系的先决环境因素有：第一，媒介系统在社会结构中所处的位置；第二，媒介系统的活动；第三，人际交谈是又一个影响因子，尤其是关系到人们日常生活目标的实现；最后，个人在社会结构中的位置影响他们接近大众传媒和其他信息系统（比如专家或组织团体）的路径。”^[28]

“简单地说，媒介系统依赖理论认为一个人越依赖于通过使用媒介来满足需求，媒介在这个人生活中所扮演的角色就越重要，因此媒介对这个人的影响也就越大。”^[29 (315)]

二、议程设置与议题管理

麦克斯威·麦库姆（Maxwell E. McCombs）和唐纳·肖（Donald Shaw）首先对议程设置假说作了系统的研究。议程设置理论认为“媒介不告诉人们怎样想，而是告诉人们想什么”。^[29 (306)]

库尔特·莱恩（Kurt Lang）和格莱兹·莱恩（G. E. Lang）则认为，议题设定的概念应扩大为议题建立。他们认为议题建立应分为六个步骤：一是需要传媒突显问题；二是要以报道数量获得重视；三是要为成为关注焦点的事件和活动进行装扮；四是用传媒所使用的语言来影响对一个问题重要性的认知；五是贴政

治标签；六是用重量级人物加重问题的重要性。其实，二人的研究已经从揭示媒体与公众的互动过程的议程设置转向了以媒体与消息源互动为研究对象的议题管理。^[30 (234-235)]

1976 年，W·霍华德·蔡斯和同事巴里·琼斯将“议题管理”定义为“公司能够用以识别、分析、管理出现的问题，并在议题被公众熟知之前对此做出回应的一种手段”。^[31]

1982 年，美国议题管理协会提出了议题管理的定义：了解、动员、协调与引导组织所有的策略与政策规划及公共关系手段，以有效地影响目标人群或相关组织。^[32]

危机公关专家提莫斯·库姆提出，议题管理是一套有系统的方法，目的在于引导议题如何发展及应该如何解决，使事端可以朝有利组织的方向发展。^[32]

Johnson Jon B 认为，议题管理整合了计划和决定过程，能够帮助企业预测、识别并作用于那些会影响企业的社会或政治议题。议题管理包括六个方面的内容：环境监测、问题识别、分析、策略、实施、评估。议题管理常常会因为与其它管理步骤缺少整合而受到阻碍，例如，议题过多、议题性质、缺乏政策评估等。要克服这些障碍可以采用以下方法：获得最高管理层的支持；使管理者确信他们的利益；使议题管理能够被管理者所理解；改进议题管理方法。^[33]

三、形象修复理论

1995 年，Benoit 提出形象修复策略理论，其基础是人们用固定的沟通行为模式来减少、弥补或避免错误行为给声誉（或者形象）造成的损失。根据这一理论，自我保护的措施有五种：一是否认，当事人认为行为没有过错，或是错误行为不是当事人做的；二是逃避责任，包括减少承担的责任，或者证明行为的正确性；三是减少攻击，可以采取支持、最小化、区别、转移等多种形式；四是正确的行动，当事人可以弥补现状或者是承诺今后不会再犯错；五是自我约束，这意味着承担责任和获得原谅。^[34]

台湾学者吴宜蓁认为，形象修复理论适用于组织发生形象危机之后的补救。其前提是组织被一群重要的阅听众指控必须对某一个冒犯的举动负起责任。包含两个重要概念：一是冒犯的举动事实上不一定是冒犯，冒犯不冒犯完全由公众的认定与知觉来决定；二是组织的责任归属亦非由事实来认定，只要公众认为组织

与此行为有关联，即产生形式上的责任归属。^[35]

从这个前提可知，公众对组织责任的知觉是影响组织形象的最关键因素，这些公众因而成为形象修复的主要目标对象。

形象修复理论的关切焦点并不在于危机的情境或阶段，而是组织在危机发生时说了些什么。通过媒体发布的言论将直接影响到危机组织的形象及以后的生存发展。

四、关系管理

居延安等学者在理论研究和应用实践的基础上，指出关系管理学的研究对象是，以人为中心，在人类的虚拟发展和人本再造的两大挑战下，个人与个人之间、组织内部与组织之间、国家内部与国家之间的个性及角色关系，以及这种关系的建立、发展、维系和终止的全过程。并指出，关系管理学和公共关系学具有因缘关系，用关系管理学的视野去审视公共关系中各种关系的建立、维系、发展或终止，努力克服“一切从即时效果出发”的短视公共关系行为，将是今后的公共关系学术研究和实务操作的一个重要发展方向。同时提出了关系管理的 6C 模式，即 Common interest（共同利益或兴趣）、Communication（交流、沟通）、Credibility（信誉、可信）、Commitment（承诺、执著）、Collaboration（合作、协作）、Compromise（妥协、让步）；关系管理的四大管理层面，即情感管理、权力管理、冲突管理、变化管理。^[36]

也有学者从危机传播的角度研究关系管理，认为关系管理是平时与利益关系人进行关系的维系，以累积形象资产，最大的作用是预防危机爆发时突然的信任度崩溃。Marra^①认为，组织与各种利益关系人的关系本质（包括正负面关系与关系的亲密度）是组织危机管理成功与否的重要指标。他深入分析了美国电信公司（AT&T）所发生的危机事件，发现组织在危机之前与利益关系人所建立的关系（或者说企业在利益关系人心中的形象），会影响组织在危机处理后的形象。也就是说，危机之前建立的正面关系，会使社会大众较为信任企业的危机处理能力，相对而言也会减少危机对该组织的杀伤力。以 AT&T 的断讯危机为例，AT&T 在

^① 内容来自于 Marra F J 在 1998 年发表的《Crisis Communication plans: Poor predictors of excellent crisis public relations》一文，但是资料所限，未能找到全文，所以主要参考了吴宜蓁《危机传播》一书的相关内容。

Degree papers are in the "[Xiamen University Electronic Theses and Dissertations Database](#)". Full texts are available in the following ways:

1. If your library is a CALIS member libraries, please log on <http://etd.calis.edu.cn/> and submit requests online, or consult the interlibrary loan department in your library.
2. For users of non-CALIS member libraries, please mail to etd@xmu.edu.cn for delivery details.

厦门大学博硕士论文摘要库